



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS FORESTALES Y AMBIENTALES
ESCUELA DE GEOGRAFÍA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA HUMANA
MÉRIDA - VENEZUELA

CARRERA: GEOGRAFÍA.
PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
GERENCIA Y EMPRENDIMIENTO

CÓDIGO DE MATERIA:	1057	CARGA HORARIA SEMANAL:	3
UNIDADES CRÉDITO:	3	HORAS DE TEORÍA:	3
SEMESTRE:	8	HORAS DE PRÁCTICA:	0

PRELACIONES: APROBADO 85 UNIDADES CRÉDITO

JUSTIFICACIÓN

Las dinámicas en las que se mueve el mundo actual, en donde situaciones como la globalización, la apertura de mercados, el incontenible avance de las telecomunicaciones y la tecnología, entre otros, le generan nuevos retos y desafíos a cada país como ente económico, social y ambiental, como generador de riqueza y motor de desarrollo.

Durante el año 2007, la CAF ubicó a Venezuela como el 4to país del mundo con mayor índice de emprendimiento, razón por la cual, en el año 2011 destinó USD 531 MM a planes relacionados con la creación y el desarrollo de empresas a nivel micro, mini y medio.

En el contexto del desarrollo de Venezuela, las Instituciones de Educación Universitaria (IEU), juegan un papel preponderante en la generación e impulso de profesionales capaces de gestar cambios sociales, técnicos y económicos.

Sin embargo, este dato se refiere a negocios creados por necesidad, más no por iniciativa o aprovechamiento de oportunidades del entorno, en este sentido es importante explotar la capacidad innata y desarrollar nuevas habilidades para generar ideas de negocio de éxito, dotando a los estudiantes de las herramientas teóricas empresariales y de creatividad e innovación necesarias para emprender un negocio propio.

Para ello, se requiere que además de la actitud emprendedora, el egresado de la Escuela de Geografía, necesita revisar, discutir y aprender elementos relativos al emprendimiento y al cómo gerenciar los elementos envueltos en el desarrollo de una oportunidad de negocio en el marco de su profesión.

REQUERIMIENTOS

Se espera que los estudiantes que tomen esta unidad curricular, cuenten con una visión general de las cadenas productivas. De igual forma, se espera que puedan detectar oportunidades de negocios.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- ✓ Al finalizar la unidad curricular, el estudiante será capaz de describir presentar una propuesta para transformar una problemática sociolaboral, en una oportunidad de

negocios, teniendo en cuenta los principios básicos de la gerencia y dentro del contexto de la ciencia geográfica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ El estudiante será capaz de describir las características que debe tener un líder emprendedor;
- ✓ El estudiante será capaz de plantear una situación problemática relativa a su área de conocimiento o de habilidad;
- ✓ El estudiante será capaz de discutir las 4 funciones en el proceso gerencial; y
- ✓ El estudiante será capaz de ejecutar la documentación gerencial básica para poner en funcionamiento una empresa.

CONTENIDO PROGRAMÁTICO

UNIDAD 1: EMPRENDIMIENTO

- Escenarios que generan el emprendimiento. Escenarios del emprendimiento. Oportunidad para el emprendimiento. Características socioafectivas del emprendedor. Talento humano. Recurso humano. Capital humano. Espacios de emprendimiento para un geógrafo. Fortalezas y debilidades de una idea. Viabilidad. Desarrollo de ideas para el emprendimiento.

UNIDAD 2: NEGOCIOS

- Escenarios problemáticos en el marco de la geografía. Oportunidades de negocio disponibles para un geógrafo. ¿Cómo emprender un negocio?. Formación un equipo de trabajo. Seleccionando al Recurso Humano. Técnicas de negociación. Presupuestos y planes de negocios. Entes financiadores. Análisis de costos del negocio. La competencia.

UNIDAD 3: LA EMPRESA

- Tipos de empresa. El plan de marketing. Conformación de una empresa. Documentación básica de una empresa. Responsabilidad social empresarial. Papel del gerente. El éxito de una empresa. Empresas de consultoría, empresas de certificación y empresas de operaciones en temática geográfica. Aspectos legales de la empresa.

UNIDAD 4: GERENCIA

- Funciones de la gerencia: Planificación, organización, ejecución y evaluación. La gerencia moderna. Comunicación efectiva. Técnicas de negociación. Evaluación de procesos versus evaluación de personas.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Para el desarrollo del curso, se manejarán dos procesos bien diferenciados: el primero de ellos, relativo al desarrollo y revisión en clase de los conceptos básicos de la materia, así como la revisión de distintas técnicas de estudio y su aplicación de manera individual; con lo que se permitirá valorar sus logros. Para ello, en muchos casos se utilizará el trabajo sobre lecturas. Para ello, se requerirá de 2 horas semanales.

La estrategia directiva será Aprendizaje basado en proyectos: dirigida a la formación de

grupos de 4 o 5 estudiantes, con la misión de levantar un proyecto en el que reflejen la la creación de una empresa de negocios del área de la geografía.

Finalmente, se presentarán los resultados del proyecto mencionado en un evento.

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se plantea como sumativa. Se realizará bajo la estrategia de Aprendizaje basado en proyectos, lo que permitirá el desarrollo de un proyecto de negocios relacionado a la empresa que ejecutan los estudiantes.

Se realizarán las siguientes evaluaciones:

Unidad 1: ejercicio práctico e informe (10%)

Unidad 2: ensayo (10%) y ejercicio práctico (5%)

Unidad 3: ensayo (15%)

Unidad 4: ensayo (20%)

Evaluaciones integradoras: Creación, diseño, documentación y presentación de una empresa (40%)

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS PRINCIPALES

- Apel, Karl Otto, La Globalización y una Ética de la Responsabilidad, PROMETEO, Buenos Aires, 2007.
- Cortina , Adela, “Rentabilidad de la ética para la empresa”, Madrid; Visor,1997
- Drucker, Peter. Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI. Norma. 1999
- Fernández, Agi, Domingo, Después de Foucault: Ética y Política en los Confines de la Modernidad, España, Ed.Las Palmas G.C, 1995.
- Foucault, Michel, Un Diálogo sobre el Poder y otras Conversaciones, Madrid, Ed. Alianza.1998.
- Giner, Salvador Carisma, La Estructura Moral de la Sociedad Moderna, Madrid, Ed. Alianza. 2003.
- González, Gustavo, “¿Qué tan ética es la responsabilidad social empresarial y qué tan libre soy para ser responsable?, Bogotá, Uniandes 2007.
- Hansberg, Olberth y Platts, Mark. Responsabilidad y Libertad, Fondo de Cultura Económica,México. 2002.
- Larrañaga, Pablo, El Concepto de Responsabilidad, Universidad de Alicante, México, 2000.
- Madrigal, Bertha. Habilidades directivas. Mc Graw Hil 2003.
- Martínez Herrera, H. El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial, Bogotá, Ed. Pontificia Universidad Javeriana, 2005.
- Nuevo, Pedro, Emprendimiento. El arte de crear empresas y sus artistas. Editorial Deusto. 2000.
- Tobón, José. Método Harvard de negociación. 2ª edición.
- Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial. Prentice Hall. Segunda Edición. 2001.

FUENTES ELECTRÓNICAS:

- Habilidades gerenciales http://www.degerencia.com/tema/habilidades_gerenciales_febrero_de_2010
- Revista Responsabilidad Social <http://www.responsabilidadsocial.com.co>
- Normas vigentes <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp>
- Guías de estado <http://www.minproteccionsocial.gov.co>
- Actualización en emprendimiento <http://www.bogotaemprende.com/portal/default>.
- Social responsibility <http://www.gapinc.com/socialresponsibility/>
- Artículos de interés. <http://www.scribd.com/doc/36632963/RSE-Suplemento-del-Diario-de-Los-Andes-sobre-RSE-Agosto-2010>
- Emprendimiento social. <http://www.scribd.com/doc/11523730/Emprendimiento-Social>